

## Pembiayaan Porsi Haji Pegadaian Syariah dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah (Studi Kasus : Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina)

<sup>1</sup>Ahmad Kurnia Nasution, <sup>2</sup>Muhammad Lathief Ilhamy

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, [ahmaddkurniaa@gmail.com](mailto:ahmaddkurniaa@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, [mlathiefilhamy@uinsu.ac.id](mailto:mlathiefilhamy@uinsu.ac.id)

### *Abstract*

The purpose of this study is (1) What is the portion of Hajj financing in Sharia pawnshops, (2) factors driving customer interest in Sharia pawnshops and (3) Sharia pegadain marketing strategy. The object of this study is all customers who use the services of Madina Sharia pawnshops in 2022. The method of this study uses methods using data collection techniques and data processing techniques, data collection techniques using (1) literature studies, (2) Field Studies, (3) observation and (4) interviews. In data processing techniques researchers use (1) Editing (examination of data), (2) classifying (classification), (3) analyzing (analysis) and (4) Concluding (conclusion). The results of this study is the financing portion of Hajj financing Sharia services that provide convenience to the public to get the portion of Hajj financing salah one of the products of Sharia Pawnshop unit Madina. There are four factors that influence customer interest in Islamic pawnshops, namely service, location and marketing. How pawnshops introduce their products to Sharia pawnshops customers, namely place strategy, price strategy and promotion strategy.

**Keywords:** Hajj Savings, Factors, Services.

### **Pendahuluan**

Pegadaian Syariah Madina beralamat di JL. Sibaroar, Pidoli Dolok, Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara 22977 merupakan tempat pegadaian yang strategis dan mudah di jangkau, karena tempat Pegadaian Syariah ini berada di wilayah pasar dan wilayah jalan utama yang sering di lalui oleh masyarakat. Selain itu juga, Pegadaian Syariah Madina merupakan berada pada tempat keramaian dan tiap hari selalu menjadi tempat beraktifitas sehingga mudah dikenal oleh masyarakat luas. Pegadaian memiliki ahli taksir yang sangat profesional yang selalu memberi layanan terhadap nasabah yang ingin mimilih produk pembiayaan porsi haji. dalam produk pembiayaan porsi haji pegawai selalu memberi pelayanan utama dalam melayani nsabah apalagi dokumen dan emas dari nasabah aman tersimpan oleh pihak pegadaian serta pemeliharaan barang jaminan terjangkau.

Disamping itu, Pegadaian Syariah Madina kita dapat memperoleh pembiayaan porsi haji yang berbentuk tabungan, dan bisa langsung digunakan mendapatkan nomor porsi haji.

### **Identifikasi masalah**

Pada bagian identifikasi masalah, ada beberapa yang perlu untuk dibahas penulis yaitu :

1. Apa itu pembiayaan porsi haji pada Pegadaian Syariah ?
2. Faktor-faktor pendorong minat nasabah pada pegadaian syariah
3. Strategi pemasaran pegadaian syariah ?

## Metode Penelitian

### Metode Penelitian Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data utama, teknik pengumpulan data dapat dilakukan menggunakan interview (wawancara), informasi lapangan atau angket, observasi (pengamatan), serta gabungan ketiganya. Sedangkan untuk memperoleh data sekunder bisa dilakukan menggunakan penelitian arsip (archival reseach) serta studi kepustakaan. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Studi pustaka, yaitu pengumpulan data-data yang bersumber dari pustaka dengan mempelajari bahan-bahan tertulis dari buku-buku, catatan-catatan, penunjang kajian dan berbagai referensi yang tertulis yang bersumber dari ilmu-ilmu atau data-data yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.
2. Studi lapangan, yaitu Mengunjungi langsung ke Pegadaian Syariah panyabungan utara. Teknik pengumpulan datanya yaitu dengan wawancara meminta informasi ke pihak atau ke tempat penelitian yaitu pegadaian syariah panyabungan utama.
3. Obsevasi  
Ialah pengamatan yang peneliti langsung ke tempat penelitian yaitu Pegadaian Syariah Madina mencari dan mendapatkan data-data yang di butuhkan untuk penelitian.
4. Wawancara  
Langkah selanjutnya yang penulis lakukan merupakan melakukan wawancara eksklusif terhadap pihak internal Pegadaian Syariah Madina buat menajakan beberapa pertanyaan yang sudah disiap kan yang di perlukan untuk penelitian.

### Teknik pengolahan data

Di dalam metode pengolahan data dijelaskan bagaimana penulis megolah data hasil dari penelitian tersebut. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik sebagai berikut

1. Editing (Pemeriksaan Data)  
Membersihkan dan mempersiapkan data-data yang telah dikumpulkan dari kelengkapan jawaban, kejelasan, kesesuaian, dan relevansinya.
2. Classifying (Klasifikasi)  
Proses pengelompokan semua data dari berbagai sumber. Seluruh data tersebut ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai dengan kebutuhan. Kemudian data-data tersebut dibagi berdasarkan bagian-bagian yang memiliki persamaan.
3. Analyzing (Analisis)  
Tahap penganalisan data dilakukan setelah kamu melalui tahap pengolahan data. Hasil olahan data itu kemudian akan kamu analisis dan ditafsirkan sehingga data tersebut dapat dipahami sebagai sebuah informasi.
4. Concluding (Kesimpulan)  
Tahap terakhir dalam pengolahan data adalah kesimpulan. Kesimpulan inilah yang nantinya akan menjadi sebuah informasi yang terkait dengan objek penelitian si peneliti. Tahapan ini dapat diistilahkan sebagai concluding.

### **Instrumen Penelitian**

peneliti memiliki peran sebagai instrument penelitian dalam penelitian yang dilakukan diperlukan beberapa alat bantu sebagai instrument penelitian. Dalam penelitian ini di butuhkan beberapa instrument penelitian yaitu :

1. Wawancara
2. Kuisisioner
3. Observasi

Instrumen ini sangat dibutuhkan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data-data atau informasi, instrument ini sangat penting pada sebuah penelitian untuk memudahkan penelitian ini.

### **Variabel penelitian**

Variabel penelitian adalah sesuatu yang sangat penting dalam sebuah penelitian yang dapat mempermudah melakukan penelitian ini. variabel dalam penelitian ini yaitu pembiayaan dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah.

### **Indikator pengukur**

Indikator merupakan setiap ciri, ukuran, ataupun karakteristik yang dapat menunjukkan sekaligus mengindikasikan adanya perubahan yang terjadi untuk suatu bidang tertentu. Berkaitan dengan hal ini, indikator mempunyai manfaat yang sangat besar untuk manusia melakukan sebuah kegiatan sekaligus mengetahui sejauh mana aktivitas atau kegiatan yang sudah dilakukan tersebut berubah atau berkembang. indikator pengukur pada penelitian ini yaitu :

1. Jumlah dan tingkat spesifik minat nasabah terhadap pembiayaan porsi haji
2. pengaruh lokasi terhadap minat nasabah terhadap pembiayaan porsi haji
3. pengaruh layanan terhadap minat nasabah terhadap pembiayaan porsi haji

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Objek Penelitian**

Objek penelitian yang di gunakan penulis untuk tempat meneliti adalah Pegadaian Syariah Madina.

#### **Pembiayaan Porsi Haji**

Pembiayaan Porsi haji adalah layanan pembiayaan secara syariah yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mendapatkan porsi haji. pembiayaan porsi haji dalah salah satu produk dari Pegadaian Syariah Madina Produk-produk dari Pegadaian Syariah yaitu :

1. pembiayaan porsi haji
2. gadai emas syariah
3. gadai emas angsuran syariah
4. rahn hasan
5. rahn fleksi
6. rahn bisni
7. cicilan kendaraan

8. gadai syariah
9. pinjaman usaha syariah
10. cicilan emas
11. tabungan emas
12. pegadaian remittance

Multi pembayaran online dari beberapa produk Pegadaian Syariah diatas,Pembiayaan porsi haji merupakan produk yang sayang berpengaruh dan sngat bermanfaat terhadap nasabah maupun masyarakat luas,di karenakan hasil penelitian penulis setelah dilakukan wawancara kepada 2 objek penelitian yaitu :

1. nasabah yang datang ke Pegadaian syariah dan
2. Masyarakat yang belum tahu tentang produk pembiayaan porsi haji

Setelah dilaklukan penelitian kepada 2 objek di atas,penulis mendapatkan hasil dari mewawancarai beberapa orang yaitu : 1)nasabah yang datang kepegadaian syariah,mereka sangat tenbantu oleh produk pembiayaan porsi haji karena dapat merealisasikan keinginanmereka sejak lama dan karena pembiayaan porsi haji ini sagat mudah hanya dengan menggadaikan emas 3,5gram atau setara dengan 1,5 mayam emas.2)Masyarakat yang belum tahu tentang produk poembiayaan porsi haji,setelah disampaikan penjelasan dari pembiyaan porsi haji ini mereka sangat tertarik apalagi kalangan umuaran 40 tahun keatas,mereka juga sangat terbnantu dan sangat senang mendengar penjelasan dari produk pembiyaan porsi haji karena mereka bisa melaksanakan hajati mereka setelah sekian lama.

Pengertian gadai yang ada dalam syariah relatif berbeda jika dibandingkan dengan pengertian gadai yang ada dalam hukum positif. Jika kita lihat Pengertian gadai pada hukum positif seperti yang tercantum dalam Burgerlijk Wetbook (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) merupakan suatu hal yang diperoleh seseorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berhutang atau oleh orang lain atas namanya dan yang memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang-orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya-biaya mana yang harus didahulukan (Pasal 1150 KUH Perdata). Jadi apabila kita menarik perbedaan antara perbedaan pegadaian syariah dengan hukum positif dimana hukum positif ialah mendahulukan orang yang menggadaikan barangnya dibandingkan dengan orang yang berpiutang lainnya.

Ada beberapa keunggulan menggunakan produk pembiayaan porsi haji ini yaitu :

1. Sudah merujuk pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 92/DSNMUI/IN/2014
2. Kita sudah bisa mendapatkan nomor porsi haji
3. Terjangkaunya biaya pemeliharaan barang jaminan
4. Pada pengajuan pembiayaan tidak rumit
5. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjamin dan mengawasinya

Pembiayan Porsi haji hanya dengan menggadaikan 3,5gram atau setara dengan 1,5 gram mayam emas nasabah sudah mendapatkan 25.000.000 dalam bentuk buku tabungan haji paddasaat pendaftaran produk pembiayaan porsi haji pada tahap awal dan biaya proses awal terdiri dari biaya administrasi,imbal jasa khafalah dan setoran awal tabungan haji

**Syarat-syarat mendapatkan pembiayaan porsi haji pada unit pegadaian syariah panyabungan**

Dalam hal iniketika kita ingin mendaftarkan diri kita utuk mendapatkan pembiayaan porsi haji diPegadaian Syariah Madina ,kita wajib melengkapi bebrapa persyaratan yang ditetapkan oleh pegadaian syariah tersebut,yaitu :

1. Fotokopi KPT
2. Fotokopi KK
3. Pas foto 3X4
4. Surat keterangan domisili
5. Surat keterangan sehat
6. Sebagai jaminannya harus ada 3.5 gram emas

**Proses Pengajuan**

1. Mendatangi outlet pegadaian terdekat dan memberikan persyaratan
2. Melengkapi tandatangan pada akad mendapatkan tabungan haji
3. Mendatangi BANK Syariah rekanan pegadaian umtuk mendapatkan SABPIH
4. mendatangi kemenag agar mempeoleh NO. porsi / SPPH
5. Memberikan SPPH,buku tabungan dan SA BPIH

**Tarif dan jangka waktu**

Selang Waktu	Cicilan/ Bulan	Bayaran pertama 12 Bulan	Rp 2.336..200
		Rp 840.000	
24 Bulan		Rp 1.294.500	Rp 882.500
36 Bulan		Rp 947.300	Rp 945.000
48 Bulan		Rp 773.700	Rp 1.035.000
60 Bulan		Rp 669.500	Rp 1.182.500

**Faktor-faktor pendorong minat nasabah pada Pegadaian Syariah**

Pada bagian ini akan diuraikan tentang faktor dari nsabah memilih pegadaian syariah,setelah dilakukan pengumpulan data dan wawancara sekaligus observasi,penulis penemuan hasi bahwasanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat nsabah memilih pegadaian syariah yaitu

**1. Pelayanan**

pelayanan adalah hal yang penting dalam faktor pendorong minat nasabah untuk memilih Pegadaian Syariah.Pemberian informasi pada faktor pelayanan sangatlah dibutuhkan dan sangat berpengaruh terhadap minat nasabah,pemberian informasi yang baik dapat menarik minat nasabah dan dapat mempermudah nasabah untuk mengetahui prduk dari pegadaian.

**2. Lokasi**

Dampak lokasi dapat kita lihat pada jarak jangkauan nasabah ke lokasi pegadaian syariah.lokasi Pegadaian Syariah Madinaini mudah dijagkau karena lokasiya berada dekat dengan pusat perbelanjaat dan merupakan jalan utama bagi pihak yang berkendara,sehingga nasabah mudah,cepat dan sangat dekat dengan khalayak ramai,pusat perbelanjaan dan pusat kegiatan masyarakat.

### 3. Pemasaran

Dalam mengenalkan produk pegadaian terhadap masyarakat, Pegadaian Syariah Madina mempunyai strategi memikat nasabah sebanyak-banyaknya, karena masyarakat luas masih banyak yang belum mengetahui semua produk dari pegadaian, Pegadaian Syariah panyabungan bukan hanya memiliki produk menggadaikan barangan dengan barang jaminan tetapi masih banyak produk pegadaian seperti pembiayaan porsi haji, angsuran suran kreta dan lain-lain.

#### Strategi Pemasaran pegadian syariah

Di dalam strategi pemasaran produk-produk pegadaian syariah kepada nasabah atau kepada masyarakat luas, Pegadaian Syariah Madina memiliki strategi dalam memperkenalkan produknya yaitu :

1. Strategi tempat, yaitu dengan melakukan sistem pemasaran langsung kepada masyarakat mendatangi nasabah atau masyarakat langsung ke rumah ke rumah, dengan cara membagikan brosur produk dari pegdaian syriah dan menjelaskan tentang produk tersebut. selain itu juga mendatangi langsung ke pedagang-pedagang yang ada id pasar terdekat. selain itu pada produk pembiayaan porsi haji Pegadaian Syariah Madina mendatangi masjid-masjid dan oengajian-pengajian untuk menempelkan iklan tentang pembiayaan porsi haji
2. Strategi harga, pada Pegadaian Syariah Madina harga atau total pembiayannya sangatlah murah dan sangat coco untuk masaakat kalangan menengah kebawah, dan juga pada biaya angsurannya pun cukup terjangkau oleh masyarakat sehingga tidak menjadi beban pada nasabah.
3. Strategi promosi, pada bagiann promosi Pegadaian Syariah Madina menggunakan teknik promosi periklanan di berbagai pamflat, untuk memudahkan mnejagkau masyarakat luas sehingga tertarik pada produk-produk Pegadaian Syariah Madina.

Pada Pemasara produk-produk Pegadaian Syariah Madina dilakukan dengan cara pemasaran secara islami dengan menjunjung tinggi prinsip-prinsip alquran dan hadis dan menggunakan konsep pemasaran islam, adapun konsep pemasaran islam sebagai berikut :

1. Jujur, sifat jujur merupakan kunci dari keberhasilan suatu tujuan dan merupakan kunci yang paling utama untuk mendapatkan dari kepercayaan pelanggan.
2. Ikhlas, merupakan sikap yang akan menjaga seorang individu atau sebuah perusahaan dari sikap over promise under deliver karena akan dapat mengukur kemauan diri sebelum melakukan sesuatu.
3. Profesional, merupakan sikap cermat dan kompeten dalam melakukan pekerjaan. The Right On The Right Job menjadi inti dari sikap Profesional.
4. Silaturahmi, merupakan formula untuk menjaga hubungan baik dengan sesamam manusia, lingkungan dan makhluk hidup lainnya.
5. Murah hati, merupakan pusat jiwa seorang marketing karena dengan didasari sikap murah hati dan perpaduan jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, yang dilakukan berkesinambungan akan membentuk sebuah pola pikir yang ideal .

## Kesimpulan

Pembiayaan Porsi haji adalah layanan pembiayaan secara syariah yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mendapatkan porsi haji. **Faktor-faktor pendorong minat nasabah pada Pegadaian Syariah** Pada bagian ini akan diuraikan tentang faktor dari nasabah memilih pegadaian syariah, setelah dilakukan pengumpulan data dan wawancara sekaligus observasi, penulis menemukan hasil bahwasanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih pegadaian syariah yaitu

### 1. Pelayanan

Pelayanan adalah hal yang penting dalam faktor pendorong minat nasabah untuk memilih Pegadaian Syariah. Pemberian informasi pada faktor pelayanan sangatlah dibutuhkan dan sangat berpengaruh terhadap minat nasabah, pemberian informasi yang baik dapat menarik minat nasabah dan dapat mempermudah nasabah untuk mengetahui produk dari pegadaian.

### 2. Lokasi

Dampak lokasi dapat kita lihat pada jarak jangkauan nasabah ke lokasi pegadaian syariah. Lokasi Pegadaian Syariah Madinaini mudah dijangkau karena lokasinya berada dekat dengan pusat perbelanjaan dan merupakan jalan utama bagi pihak yang berkendara, sehingga nasabah mudah, cepat dan sangat dekat dengan khalayak ramai, pusat perbelanjaan dan pusat kegiatan masyarakat.

### 3. Pemasaran

Dalam mengenalkan produk pegadaian terhadap masyarakat, Pegadaian Syariah Madina mempunyai strategi memikat nasabah sebanyak-banyaknya, karena masyarakat luas masih banyak yang belum mengetahui semua produk dari pegadaian, Pegadaian Syariah panyabungan bukan hanya memiliki produk menggadaikan barangan dengan barang jaminan tetapi masih banyak produk pegadaian seperti pembiayaan porsi haji, angsuran suran kreta dan lain-lain.

## Strategi Pemasaran pegadaian syariah

Di dalam strategi pemasaran produk-produk pegadaian syariah kepada nasabah atau kepada masyarakat luas, Pegadaian Syariah Madina memiliki strategi dalam memperkenalkan produknya yaitu :

1. Strategi tempat, yaitu dengan melakukan sistem pemasaran langsung kepada masyarakat mendatangi nasabah atau masyarakat langsung ke rumah ke rumah, dengan cara membagikan brosur produk dari pegadaian syariah dan menjelaskan tentang produk tersebut. Selain itu juga mendatangi langsung ke pedagang-pedagang yang ada di pasar terdekat. Selain itu pada produk pembiayaan porsi haji Pegadaian Syariah Madina mendatangi masjid-masjid dan oenngajian-pengajian untuk menempelkan iklan tentang pembiayaan porsi haji
2. Strategi harga, pada Pegadaian Syariah Madina harga atau total pembiayannya sangatlah murah dan sangat cocok untuk masyarakat kalangan menengah kebawah, dan juga pada biaya angsurannya pun cukup terjangkau oleh masyarakat sehingga tidak menjadi beban pada nasabah.

3. Strategi promosi, pada bagian promosi Pegadaian Syariah Madina menggunakan teknik promosi periklanan di berbagai pamflat, untuk memudahkan menjangkau masyarakat luas sehingga tertarik pada produk-produk Pegadaian Syariah Madina.

Pada pemasaran produk-produk Pegadaian Syariah Madina dilakukan dengan cara pemasaran secara islami dengan menjunjung tinggi prinsip-prinsip alquran dan hadis dan menggunakan konsep pemasaran islam, adapun konsep pemasaran islam sebagai berikut :

1. Jujur, sifat jujur merupakan kunci dari keberhasilan suatu tujuan dan merupakan kunci yang paling utama untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan.
2. Ikhlas, merupakan sikap yang akan menjaga seorang individu atau sebuah perusahaan dari sikap over promise under deliver karena akan dapat mengukur kemauan diri sebelum melakukan sesuatu.
3. Profesional, merupakan sikap cermat dan kompeten dalam melakukan pekerjaan. The Right On The Right Job menjadi inti dari sikap Profesional.
4. Silaturahmi, merupakan formula untuk menjaga hubungan baik dengan sesama manusia, lingkungan dan makhluk hidup lainnya.
5. Murah hati, merupakan pusat jiwa seorang marketing karena dengan didasari sikap murah hati dan perpaduan jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, yang dilakukan berkesinambungan akan membentuk sebuah pola pikir yang ideal .

#### Saran

Saran pada penelitian ini yaitu penulis memberikan masukan kepada pihak UPS Pegadaian Syariah panyabungun untuk meningkatkan fasilitas pelayanan kepada nasabah dan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang bermutu untuk mendapatkan kepuasan dari nasabah.

#### Daftar Pustaka

- Abdul Ghafur Anshori, Gadai Syariah Di Indonesia Konsep, Implementasi Dan Institusionalisasi, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Gadjah Mada University Press, Yogyakarta 2006 hal 89
- Ahmad Muanas dan Suherman "Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Arifin Atwal dan Khotimah Husnul. (2014). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat Memilih BANK SYARIAH di SURAKARTA, 163-184.
- Haji Di Pegadaian Syariah Cabang Babakan Surabaya. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol 16 NO.12
- Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada" Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3, No. 12 (2014).
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Penerbit, Prenhallindo, Jakarta. Daulay, Aqwa Naser. 2015. Realita Akad Tabungan Haji Di Indonesia. (Jurnal Tansiq). Medan: Febi Press.
- Luthfina. (2019, Desember). Implementasi Fatwa DSN-MUI Pada Produk Arrum Rezkia, salsabila miftah."Metode Pengolahan Data: Tahapan Wajib yang Dilakukan Sebelum Analisis Data", <https://dqlab.id/metode-pengolahan-data-tahapan-wajibyang-dilakukan-sebelum->



[analisisdata#:~:text=Dalam%20setiap%20analisis%20data%2C%20metode,akurat%20s  
ert a%20dapat%20dipertanggungjawabkan%20kebenarannya.](#) diakses pada 17 februari  
2022 pukul 08.23.

Suliyanto. 2005. Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran. Bogor:  
GhaliaIndonesia.